SCHWEIZ·KONSUM-VEREIN

ORGAN DES VERBANDES SCHWEIZ·KONSUMVEREINE (V·S·K·)

XIII. Jahrgang | Basel, den 15. März 1913 | No. 11

Wöchentlich erscheint eine Nummer von 8—16 Seiten Text. Abonnementspreis Fr. 4.40 p. Jahr, Fr. 3.— p. 6 Monate, ins Ausland unter Kreuzband Fr. 7.— p. Jahr.

Motto: Das Schweizervolk kann seine wirtschaftliche Selbständigkeit gegenüber dem Ausland nur behaupten und im Innern zu grösserem Wohlstand und höherer sozialer Gerechtigkeit nur fortschreiten, wenn es seine Konsumkraft organisiert. Die genossenschaftliche Zusammenfassung dieser Kraft ist daher für uns eine Lebensfrage: Sie ist unsere nationale Aufgabe im XX. Jahrhundert.

Inhalts-Verzeichnis:

Offizielle Mitteilung. — Der Kampf zwischen den kapitalistischen Koalitionen und der Organisation der Konsumenten. — Ueber das Geschenkli-Unwesen. — Die Bedingungen der wirtschaftlichen Ueberlegenheit der genossenschaftl. Organisation. — Die Logik des Spezereihandel. — Zur Würdigung des Genossenschaftswesens in der Arbeiterpresse. — Der Eierhandel. — **Aus der Praxis:** Lastautomobile. — **Landwirtschaftl. Genossenschaftswesen:** Ein ausserordentlicher Verbandstag des V. o. l. G. — **Bewegung des Auslandes:** Deutschland: Friedrich Wilhelm Raiffeisen. Frankreich: Statistik des Konsumvereinswesens. — **Aus unserer Bewegung:** Aargau, Laufenburg, Oberegg, Stein a. Rh., Zürich. — **Verbandsnachrichten.**

Versicherungsanstalt schweiz. Konsumvereine

Offizielle Mitteilung.

Einladung zur V. ordentlichen Generalversammlung.

Die Mitglieder der Versicherungsanstalt werden hiermit zur Teilnahme an der V. ordentlichen Generalversammlung auf Sonntag, den 25. Mai 1913, vorm. 10 Uhr, nach Olten, Hotel „Aarhof", eingeladen.

Die Tagesordnung ist vom Aufsichtsrat folgendermassen festgesetzt worden:

1. Feststellung der Präsenzliste;
2. Wahl des Bureaus gemäss § 12, Absatz 2 der Statuten (Präsident, Vizepräsident, Aktuar, Stimmenzähler);
3. Protokollgenehmigung;
4. Behandlung und Genehmigung des Jahresberichtes und der Jahresrechnung. Referent Herr B. Jæggi, Präsident der V. K. des V. S. K.;
5. Beratung und Annahme neuer Statuten. Referent Herr Dr. O. Schär, Vizepräsident der V. K. des V. S. K.;
6. eventuell (falls die neuen Statuten, die eine Neubestellung des Aufsichtsrates vorsehen, in dieser Tagung angenommen werden) Neuwahl des Aufsichtsrates;
7. Allfälliges.

Nach den heutigen Feststellungen des Aufsichtsrates verfügen über Stimmen:

		Total	Anteil des Vorstandes	Anteil des Personals
1.	V. S. K.	308	205	103
2.	Verbandsverein in Bern	137	102	35
3.	» » Lausanne	21	14	7
4.	» » Steffisburg	7	5	2
5.	» » Olten	49	32	17
6.	» » Winterthur	53	35	18
7.	» » Frauenfeld	39	26	13
8.	» » Papiermühle	2	1	1
9.	» » Uetikon a. S.	2	1	1
10.	» » Basel	827	551	276
11.	» » Solothurn	38	25	13
12.	» » Meiringen	—	—	—
13.	Einzelversicherungen	5	—	5
	Total	1488	997	491

Umsatz.

Der Umsatz des **Verbandes schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)** betrug im **Februar 1913 Fr. 3,113,297.75.**

Zunahme gegenüber dem Monat Februar 1912 **Fr. 503,662.15** oder **19,30%.**

Die vorstehend erwähnten Organisationen werden ersucht, dafür zu sorgen, dass bis zur Generalversammlung die Delegierten sowohl der Verwaltung als auch des Personals gewählt werden, und dass die an der Generalversammlung anwesenden Delegierten sich nicht über ihre Stimmberechtigung, sondern auch über die genaue Anzahl Stimmen, die jeder Delegierte abzugeben berechtigt ist, ausweisen können.

Die durch die Teilnahme der Delegierten an der Generalversammlung entstehenden Auslagen fallen zu Lasten der einzelnen Mitglieder der Versicherungsanstalt.

Basel, den 9. März 1913.

Im Namen des Aufsichtsrates
der Versicherungsanstalt schweiz. Konsumvereine:
Der Präsident: sig. **E. Angst.**
Der Protokollführer: sig. **Dr. O. Schär.**

Der Kampf zwischen den kapitalistischen Koalitionen und der Organisation der Konsumenten.

Von Prof. Dr. J. Fr. Schär, Berlin.

Die neue und neueste Entwicklungsstufe des Kapitalismus wird gekennzeichnet durch die wirtschaftliche Konzentration, die in Form von Kartellen, Syndikaten, Trusts nicht nur im Bankwesen, wo sie am leichtesten durchzuführen ist, sondern auch in Handel und Industrie, im Bergbau und Landwirtschaft, im Verkehr zu Wasser und zu Land immer grösseren Einfluss auf das gesamte interne und internationale Wirtschaftsleben ausübt. Die Zusammenballung der kleinen, mittleren und grossen Privatvermögen, die im vorigen Jahrhundert in der Aktiengesellschaft die rechtliche handlungsfähige Form und wirtschaftlich zweckmässigste und erfolgreiche Organisation gefunden hat, macht in ihrer neuesten Entwicklungsstufe immer mehr der Koalition Platz. Diese Koalition tritt unter den verschiedensten rechtlichen Formen und wirtschaftlichen Gestalten auf, sei es in den nur lose gebundenen Interessenverbänden, Konditions- oder Preiskartellen, oder in den fester zusammengeschweissten Syndikaten, Zentralen, Konzernen, Pools, Interessengemeinschaften, oder in den am höchsten gebundenen, dem Einheitswillen und seinem Machtspruch unterworfenen Trusts in ihren mannigfachen Schachtelungen und Tochtergesellschaften, in der jeder Sonderwille und jedes Sonderinteresse der trustierten Glieder in der Gesamtheit aufgehen muss[1]).

Je loser die Koalitionsform ist, desto mehr Selbständigkeit behält auch das einzelne Glied. Innerhalb des Konditionskartells kann der einzelne, dem Kartell angehörige Kaufmann nach seinem Ermessen den Preis festsetzen, frei an jedermann verkaufen, seinen Kundenkreis vergrössern und ausdehnen etc.; einzig und allein mit Bezug auf die Konditionen ist er an die Bestimmungen der Kartelle gebunden. Wie die Erfahrung lehrt, genügt aber diese Kartellform keineswegs, um die ruinöse Konkurrenz zu beseitigen; um dieses Ziel zu erreichen, müssen die Konkurrenten sukzessiv alle Waffen der Konkurrenz in eine Zentralstelle zusammenlegen; es folgen sich daher die weiteren Bindungen der Kartelle: Preiskartelle, Teilung und Parzellierung des Absatzgebietes, Kundenschutzverträge, Organisation von Verkaufszentralen, bis zur Kontingentierung der Produktionsmengen. Jede höhere Stufe der Kartellierung ist aber mit einer sukzessiven Opferung der Selbständigkeit der Glieder notwendig verknüpft, sodass schliesslich in der höchsten Form der Koalition die berufliche und wirtschaftliche Selbständigkeit der Einzelmitglieder untergeht. Daher bedeutet der Fortschritt in der Koalition die allmähliche Ausschaltung der kleinen und mittleren Betriebe, eine Zusammenfassung der bisher auseinander strebenden konkurrierenden Einzelunternehmungen zu einem festgefügten Ganzen, dessen Machtsphäre nach innen nach der Grösse des Kapitals abgemessen wird, und nach aussen in der Ausschaltung der freien Konkurrenz zur Geltung kommt.

Unzweifelhaft liegt in der Koalition ein wirtschaftlicher Fortschritt; denn sie ist imstande, alle in ihrem Machtbereich liegenden wirtschaftlichen und produktiven Kräfte nach einheitlichem Plan und Willen und nach dem Prinzip der höchsten Oekonomie zu organisieren; die Produktions- und Vertriebstechnik kann sich an immer grössere Aufgaben wagen, und im Verein mit den in ihren Dienst gestellten technischen Wissenschaften Probleme lösen, die man bislang als unlösbare vermutete.

Wo viel Licht, da ist auch viel Schatten! Die Schattenseiten der Koalition bestehen einerseits, wie schon angedeutet, in der immer weiter greifenden Ausschaltung der kleineren und mittleren Betriebe, und auch in dem Verlust der Selbständigkeit der koalierten Glieder, wodurch diesen die Fähigkeit, sich im Konkurrenzkampfe zu behaupten, abhanden kommt.

Vor allem aber empfindet der Konsument es als ein grosses Uebel, dass ihm Kartelle, Syndikate und Trusts Monopolpreise diktieren; dass er zwangsweise vom Markt und der Ausnutzung der freien Konkurrenz ausgeschlossen ist. Es ist daher durchaus natürlich, wenn sich als Gegenströmung gegen die kapitalistische Zusammenballung, die in letzter Linie gegen die Konsumenteninteressen gerichtet ist, auch unter den Konsumenten eine Bewegung geltend macht, die dahin strebt, den Konsum wieder als den Hauptfaktor des Kreislaufes der Produktion einzusetzen. Die Konsumenten fühlen am eigenen Leibe, dass schliesslich sie das Opfer der Monopolstellung sind, die die koalierten Grossunternehmungen nach und nach in der Preisbildung der wichtigsten Rohstoffe, Lebensmittel und Fabrikate einnehmen, und fangen an, sich zu organisieren. Der Koalition des Kapitals setzen sie die Organisation des Konsums entgegen. Diese Bewegung ist zunächst von den Kleinkonsumenten, den einzelnen Familien ausgegangen, die sich zu Konsumgenossenschaften organisiert haben. Es ist geradezu erstaunlich, wie diese Bewegung hauptsächlich in den letzten Jahren in allen Kulturländern Fortschritte gemacht hat. Kein Kaufmann, kein Fabrikant, kein Wirtschaftspolitiker, der mit offenen Augen die gegenwärtige wirtschaftliche Entwicklung beobachtet, kann übersehen, dass die Organisation der Konsumenten sich geradezu mit elementarer Gewalt Bahn bricht.

[1]) Wer eingehende Auskunft und Belehrung über die Formen der Koalition wünscht, den verweisen wir auf das auch im „Konsum-Verein" sehr günstig besprochene Werk: Schär, J. Fr., Allgemeine Handelsbetriebslehre, Leipzig 1911, bei G. A. Glöckner.

Eine andere, weniger selbständige Art der Organisation der Konsumenten besteht in der immer weitere Kreise ziehenden Käuferliga, die in Amerika ihren Anfang genommen und nun auch in allen bedeutenden Städten Deutschlands festen Fuss gefasst hat;sie ist allerdings weniger gegen die Trusts gerichtet; vielmehr verfolgt sie den Zweck, diejenigen Detailgeschäfte zu bevorzugen, die ihrem Personal gute Arbeitsbedingungen gewähren, die ihre Waren auch von Fabrikanten beziehen, welche ihren Arbeitern und Arbeiterinnen menschenwürdige Löhne bezahlen.

Aber auch unter den Grosskonsumenten, die die Rohstoffe für ihre Produktion vom Weltmarkt beziehen, machen sich lebhafte Bestrebungen zur Organisation ihrer Konsumkraft zwecks gemeinschaftlichen Ankaufs geltend. Es sei nur an die landwirtschaftlichen Einkaufsgenossenschaften erinnert, ferner an den internationalen Verband der Baumwollspinner, an den Verband Industrieller zum gemeinschaftlichen Bezug von Kohle, und an die in Hamburg erscheinende neue Zeitschrift « Der Grosseinkäufer für Reederei und Industrie ». In dieses Gebiet gehören auch die städtischen und ländlichen Kreditgenossenschaften, und sogar das Deutsche Reich macht zur Zeit Anstrengungen, durch eine Petroleumbetriebsgesellschaft mit Monopolcharakter die Petroleumkonsumenten von dem allmächtigen Rockefeller'schen Oeltrust unabhängig zu machen.

Sicherlich liegt auch in der Organisation der Grosskonsumenten ein beachtenswerter Vorteil für die eigentlichen, die letzten Konsumenten; denn es kann diesen nicht gleichgültig sein, ob der Produzent in Industrie und Landwirtschaft die Rohstoffe, Materialien, Kraftquellen, Maschinen, Düngstoffe, etc. billig oder teuer einkaufen muss; die künstlichen Preissteigerungen für alle diese Produktionsmittel fallen ja doch schliesslich zu Lasten des letzten Konsumenten, soweit dessen Zahlungs- und Kaufkraft es gestattet, da der Industrielle diese Preiserhöhungen auf den letzten Verbraucher überwälzen kann. So haben denn der Grosskonsument und der letzte Verbraucher ein gemeinschaftliches Interesse an der Organisation des Konsums überhaupt. Aber letzten Endes ist doch der eigentliche Konsument, der letzte Verbraucher der Güter auf sich selbst und seine Organisation angewiesen, weil auch zwischen ihm und dem Grosskonsumenten als Produzent notwendig ein Interessengegensatz entstehen muss; das beweist uns ja der neuzeitliche Kampf um den Milchpreis und seit der Betriebseröffnung der Schweiz. Genossenschaftsmühle die Gestaltung des Mehlpreises.

Interessenharmonie zwischen Produzent und Konsument kann letzten Endes nur in einer Wirtschaftsgemeinde herrschen, in der die organisierten Konsumenten ihre Bedarfsgüter selbst erzeugen. Die schweizerischen Konsumvereine, vorab der Verband hat hiezu einen beachtenswerten Anfang gemacht. Die Genossenschaftsmühle in Zürich und die Schuhfabrik in Basel zeugen davon, dass die Organisation des Konsums zur Eigenproduktion in der Schweiz kein Traum, keine Utopie ist.

Damit ist aber auch schon der Anfang zur Kampfstellung zwischen der kapitalistischen Koalition und den organisierten Konsumenten gegeben. Wer wird in diesem Kampfe der stärkere sein und schliesslich als Sieger hervorgehen? Es wäre vermessen, den Ausgang des Kampfes voraussagen zu wollen. Wie die unter sich uneinigen, sich bekämpfenden und in ihrer Isolierung schwachen Balkanvölker in dem Augenblick die einst so gefürchteten und mächtigen Türken aus Europa fast gänzlich vertrieben hatten, als sie sich zur gemeinschaftlichen Aktion vereinigten, so wohnt auch dem letzten Konsumenten eine wirtschaftliche Macht inne, die, wenn sie richtig und zielbewusst organisiert ist, Wunder bewirken kann. Dazu braucht es aber nicht nur einen losen, auf finanzielle Interessen eingestellten Zusammenschluss, der sein Ziel erreicht glaubt, wenn die Mitglieder Zucker und Kaffee ein paar Centimes billiger kaufen und sie eine möglichst hohe Rückvergütung beziehen, sondern es ist durchaus nötig ein auf Solidarität beruhender genossenschaftlicher Geist, der, wie Herr Dr. Munding so treffend ausgeführt hat, nicht nur wirtschaftliche, sondern vor allem aus ethische Kraft hat, zum Wohle des Ganzen seine eigenen Interessen zu verleugnen, den Wahlspruch der alten Eidgenossen wieder in jedem Gliede zur Tat werden zu lassen.

Einer für Alle, Alle für Einen!

Ueber das Geschenkli-Unwesen

weiss die Verwaltung des Konsum-Verein Frauenfeld seinen Mitgliedern im «Genossenschaftlichen Volksblatt» den folgenden typischen Fall zur Kenntnis zu bringen.

Dass die Fabriken nichts verschenken, mag folgende Tatsache beweisen:

Vor uns liegen zwei Würfel Blumenkohl-Suppen der bekannten Nahrungsmittelfabrik Knorr in Thayngen. 1 Würfel ist für 4 Teller Suppen und kostet 15 Cts., Gewicht ca. 68 g, der andere Würfel ist für 3 Teller Suppen, kostet ebenfalls 15 Cts., Gewicht 51 g.

Der Unterschied ist nun, dass in letzterm leichtern Würfel ein Gutschein liegt und gegen Einsendung von 50 Gutscheinen der Käufer entweder ein Fläschchen Knorr-Sos Nr. 2 im Werte von 80 Cts. oder 12 Suppenwürfel im Werte von 60 Cts. bekommt.

Der Fabrikant lässt sich also die Zugabe — das sogenannte «Geschenk» mit 50 Suppen bezahlen, was Fr. $1.87^1/_2$ ausmacht, so dass er *Fr. 1.07*$^1/_2$, respektive *Fr. 1.27*$^1/_2$ gewinnt und zudem für seine andern Artikel Reklame macht!

Darum, Hausfrauen, hütet euch vor der «grossmütigen Beschenkung».

Das «Geschenk» ist meistens nur ein «Köder», um «Gutmütige» zu fangen.

Die Bedingungen der wirtschaftlichen Ueberlegenheit der genossenschaftl. Organisation.

Es hiesse geradezu offene Türen einrennen, wollte man in einer Zeit, wo die Technik Triumph auf Triumphe feiert, wo die Konzentrationsbestrebungen fast alle Gebiete beherrschen, noch einlässlich die Notwendigkeit und den Nutzen einer verstärkten Konzentration auch auf genossenschaftlichem Gebiete dartun. Ist doch die ganze genossenschaftliche Organisation ihrem Wesen nach schon Konzentration

(der Kaufkraft der wirtschaftlich Schwachen vor allem), ist doch das Prinzip der Wirtschaftlichkeit, der grösseren Wirtschaftlichkeit, das unserer Bewegung zugrunde liegt, nichts anderes als eine Form des die ganze Technik beherrschenden Prinzips der Kraftersparnis, wonach es gilt, den grössten Nutzeffekt mit dem mindesten Kraftaufwand zu erreichen.

Und dennoch muss man immer wieder darauf hinweisen. — Auch dürfte es angesichts der immer straffer vorgehenden Konzentration im kapitalistischen Grosshandel, wie auch angesichts der sich uns bietenden Möglichkeiten, unsere Leistungen noch viel rascher zu heben, wenn wir nur recht wollen, nicht überflüssig sein diese unmittelbaren Möglichkeiten und Vorteile wieder einmal von neuem hervorzuheben und unsern Genossenschaftern ins Bewusstsein zu rufen.

In frühern Nummern des «Schweiz. Konsum-Verein» haben wir wiederholt darauf hingewiesen, wie selbst die grossen englischen Konsumvereine immer mehr die Konkurrenz der Filialgeschäfte zu spüren bekommen. Dieselbe Erscheinung ist es auch, die neuerdings in Deutschland die Konsumvereine immer mehr dazu treibt, sich in Bezirkskonsumvereine zusammenzuschliessen. In Frankreich gar und in Belgien ist es infolge fortgesetzter Missachtung dieser Warnungszeichen so weit gekommen, dass die ganze Bewegung durch die Konkurrenz der Filialgeschäfte heute bereits dermassen bedroht ist, dass es ihr auf absehbare Zeit sehr schwer fallen wird, das von besagter Konkurrenz besetzte Gebiet wieder zurückzuerobern — es sei denn dass sie sich schleunigst und mit aller Energie zusammenrafft und sich entschliesst, die alten Scheuklappen abzulegen und die einzig richtige Methode zu befolgen, die sie schon längst hätte befolgen sollen.

Wenn nun auch bei uns in der Schweiz von dieser Gefahr nicht viel zu verspüren ist (die Fleischvermittlung, sowie die Merkur- und Kaffeegeschäfte vielleicht ausgenommen) und wohl auch nicht viel zu fürchten sein wird (und zwar deshalb nicht, weil der genossenschaftliche Geist und die Bewegung selbst schon dermassen entwickelt sind, dass die in ähnliche Filialunternehmungen gesteckten Kapitalien der zukünftigen Rendite nicht mehr sicher sind), so meinen wir, ist das noch kein Grund, unsere Verhältnisse optimistischer zu beurteilen, als die unserer Nachbarn. Muss man denn, um die nötigen Schritte nach vorwärts zu unternehmen, immer erst warten, bis man von den Verhältnissen und der Not dazu angepeitscht wird? In diesem Falle wären wir ja schon nicht mehr die Herren, sondern die Sklaven der Situation. Wie in der Strategie überhaupt, gilt auch hier der Satz, dass derjenige, der freiwillig die Offensive ergreift, dem Gegner gegenüber immer im Vorteil ist.

Um offensiv vorgehen zu können, um der durch die Teuerung ebenfalls gesteigerten Schwierigkeiten Herr zu werden, bedarf es aber vor allem einer umsichtigen und fachkundigen Leitung. Der gute Wille allein genügt da nicht mehr. Der raffinierteren Strategie unserer Gegner gegenüber müssen wir ebenfalls unsere Taktik ändern. Nun werden aber die meisten der kleinen und sehr viele der mittleren Konsumvereine noch von den Vorstandsmitgliedern im Nebenberuf geleitet. So sehr wir auch die Aufopferung und die Verdienste unserer Genossenschafter in dieser Hinsicht anerkennen müssen, so soll uns dies jedoch nicht abhalten zu konstatieren, dass ein einigermassen kapitalkräftiger, branchekundiger und unternehmender Kaufmann gerade diesen Vereinen mitunter ganz erhebliche Schwierigkeiten bereiten kann. Deshalb zwingt uns die Erfahrung auch immer mehr zu der Ansicht, dass diese Schwierigkeiten nur dann überwunden werden können, wenn sich diese kleinen und mittleren Vereine, insofern sie allein eine fachmännische tüchtige Leitung sich nicht leisten können, je nach der geographischen Lage sich zusammenschliessen, sei es zu Zweckverbänden, sei es zu richtigen Bezirkskonsumvereinen, zumal der Verkehr zwischen verschiedenen Ortschaften durch das Automobil heute ja immer mehr erleichtert wird. Auf diese Weise nur wird es diesen Vereinen möglich sein, sich die Vorteile des Bezuges im grossen und des rascheren Umschlages der Vorräte zunutze zu machen. Denn die Ueberlegenheit der grösseren Konsumvereine besteht doch gerade darin, dass die Massenartikel fast durchweg in ganzen Ladungen oder Sammelladungen bezogen werden können. Wer Gelegenheit hatte, in kleineren Konsumvereinen zu sehen, wie oft relativ hohe Frachtsätze für kleine Quanten bezahlt werden müssen, der kann sich schon einen Begriff machen, wieviele Werte durch den Kleinbetrieb allein bei dem Bezuge verloren gehen, abgesehen von all den andern Verlusten die, wenn sie auch klein sind, durch die vielfache Wiederholung im Laufe des Jahres sich doch summieren.

In einer kürzlich durch den Zentralverband deutscher Konsumvereine publizierten Broschüre, die den Zweck hat, für die Bildung von Bezirkskonsumvereinen Propaganda zu machen und der wir verschiedene der hier niedergeschriebenen Anregungen verdanken, «Die Konzentration der deutschen Konsumvereine» von Adolf Ruprecht, Erfurt, finden wir für das eben Gesagte ein typisches Beispiel, das wir hier zitieren wollen:

«In einem der deutschen Mittelgebirge liegen eng um ein kleines Städtchen gruppiert 18 Konsumvereine. Keiner von ihnen liegt mehr denn 15 Kilometer von der betreffenden Stadt entfernt. Alle 18 Vereine erreichen insgesamt einen Umsatz von etwa 2 Millionen Mark. Sie zahlen ihren Vorstandsmitgliedern durchweg Entschädigungen, die am Umsatze gemessen werden, und zwar wird je 1½ bis 2½ % für den Gesamtvorstand vergütet. Niemand wird behaupten wollen, dass das hohe Entschädigungen seien. Diese 18 Konsumvereine geben also zusammen rund 40,000 M. für ihre 54 Vorstandsmitglieder aus. — Nun das Gegenstück! Ein grösserer Verein im gleichen Revisionsverbande beschäftigt bei einem Umsatze von ebenfalls 2 Millionen Mark drei Vorstandsmitglieder, einen Zentrallagerhalter und fünf Kontoristen. Er zahlt dafür 18,000 M. an Gehältern. Wenn auch hier nicht von horrenden Gehältern gesprochen werden kann, so ist doch die Entlohnung weit besser als im ersteren Falle. Die Leitung des grossen Vereins kostet aber 22,600 M. weniger als die der 18 Vereine mit zusammen dem gleichen Umsatz.

Aber damit hören die Vergleiche nicht auf! Im ersten Falle müssen, für denselben Umsatz, 18 mal alle die notwendigen Geschäftsbücher geführt werden, 18 mal muss der umfangreiche Verwaltungskörper einer Genossenschaft in Tätigkeit gesetzt werden, wenn ein Beschluss zu fassen ist, 18 Generalversammlungen sind zu berufen, 18 Inserate sind zur Bekanntmachung zu erlassen, 18 Geschäftsberichte sind zu drucken, 18 Vertreter besuchen den Einkaufstag usw. usw., während auf der andern Seite immer nur einmal zu handeln ist und stets nur einmal die Unkosten entstehen. Und selbst wenn die Unkosten in gewissen Fällen für den grossen Verein höher sind, als für einen der 18 kleinen, so betragen sie doch nie das 18 fache eines dieser Vereine.»

Nicht minder einleuchtend sind die Vorteile auf finanziellem Gebiet. Auch hiefür finden wir in genannter Broschüre einige sehr interessante Angaben, die sich ebensogut auf unsere Schweizer-Verhältnisse übertragen lassen.

«Die Verbandsstatistik zeigt uns, dass grosse Konsumvereine nur selten über den Normalbetrag von 30 M. für den Geschäftsanteil hinausgehen und trotzdem in der Regel liquidere Bilanzen zeigen, als der Durchschnitt der Vereine. Das Gesetz der grossen Zahl kommt ihnen eben auch hier zu Hilfe. Die Grundstückbelastung, der Warenbestand, die Belastung durch Maschinen und Inventar ist per Mitglied in der grossen Genossenschaft geringer, als im Durchschnitt der Statistik. Im Jahre 1911 kamen im Zentralverband auf 1000 M. Umsatz je 121 M. Warenbestand, in den im Sommer 1912 durch eine Statistik erfassten 108 Bezirkskonsumvereinen war zu einem Umsatz von 1000 M. nur ein Bestand von 107 M. erforderlich, während auf alle übrigen Vereine eine Belastung von 138 M. per 1000 M. Umsatz sich herausstellt. Unterstützt wird die Liquidität grosser Vereine noch durch bessere Ausnutzung des Bankverkehrs, der bei grossem Umsatz noch gewinnbringender gestaltet werden kann.»

In gleichem Masse zeigt sich die Ueberlegenheit des genossenschaftlichen Grossbetriebes in der Eigenproduktion. Gewisse Zweige der Eigenproduktion können, insofern sie wirklich leistungsfähig sein sollen, überhaupt nur für grössere Vereine (bezw. Zweckverbände) in Frage kommen, wie die Fleisch- und Milchversorgung und die Bäckerei. Und selbst unter Grossbetrieben wird wieder derjenige die günstigsten Resultate erzielen, der die besten technischen Einrichtungen erwerben und ausnutzen, die grössere Menge von Rohstoffen einkaufen und das grössere Quantum produzieren kann.

«Neben einer Reihe von genossenschaftlichen Riesenbetrieben — lesen wir hierüber in derselben Broschüre — wie diejenigen der «Produktion» in Hamburg, der Vereine in Leipzig-Plagwitz, Essen, Magdeburg, «Vorwärts» Dresden und vieler anderer grosser Vereine, finden wir auch Bäckereien in kleinen, ja in den allerkleinsten Konsumvereinen. In der Statistik des Zentralverbandes finden sich Konsumvereinsbäckereien bis zu einer Jahresproduktion von 6000 M. herunter. Wir wollen davon absehen, deren Leistungsfähigkeit oder ihre Arbeitsverhältnisse zu prüfen. Vergleicht man aber mittlere Betriebe mit einer Jahresproduktion von etwa 100,000 M. mit den Grossbetrieben in der Broterzeugung, dann zeigt uns die Gegenüberstellung der Maschinen und ihre verschiedene intensive Ausnutzung, die rationellere Arbeitsmethode durch bessere Ausnutzung der Oefen und die bessere Arbeitsteilung, wo das günstigere Ergebnis und die bessere Wahrung der Konsumenteninteressen zu suchen ist.»

Neben diesen rein technischen Vorzügen bietet der «grössere» Konsumverein aber auch solche sozialer und organisatorischer Natur. Vor allem kommt der grösseren Organisation auch eine intensivere Werbekraft zu, die durch die grössere Leistungsfähigkeit noch wesentlich verstärkt wird. In der Tat, jeder der in punkto genossenschaftlicher Propaganda einigermassen Erfahrung hat, weiss, dass die grössere Leistungsfähigkeit, das materielle greifbare Interesse eine weit stärkere Anziehungskraft auf breite Bevölkerungsschichten ausübt, als die besten Vorträge, Flugblätter und sonstige Propagandamittel. Dass anderseits die starke, berufsmässig geleitete Organisation eine bessere Kampffähigkeit entwickelt und sich sowohl agressiv wie defensiv wirksamer bewährt, ist ebenfalls ohne weiteres einleuchtend.

«Auch die Widerstandskraft gegen innere Krisen, die kaum in einer Genossenschaft ausbleiben, ist bei der grossen, auf einem breiten Fundament stehenden Organisation grösser. Beunruhigung durch rückständige oder gar böswillige Elemente — genossenschaftliche Stachelschweine gibt es überall! — können einen grossen Betrieb kaum erregen, geschweige denn erschüttern. Der kleine Verein dagegen wird durch die mindesten persönlichen Streitigkeiten immer gleich in Mitleidenschaft gezogen. Er kann durch ein Lagerhaltermanko z. B. in seinen wirtschaftlichen Leistungen stark beeinträchtigt, in seinem Bestande gefährdet werden. Grosse Organisationen empfinden solche Dinge etwa wie ein Elephant einen Nadelstich.»

Natürlich fehlt es auch nicht und wird es bei uns auch nicht an Einwänden gegen diese Neuerungen fehlen. Man wird uns entgegen halten, dass, je grösser die Genossenschaft, desto mehr werde der Einfluss der einzelnen Mitglieder ausgeschaltet. Demnach wären also die kleinen Konsumvereine das Ideal der wirtschaftlichen Demokratie und die grossen und ganz grossen müssten wieder in autonome Einzelgruppen aufgelöst werden!

Schon ernster ist der Einwand, wonach die lokale Selbständigkeit als notwendige Grundlage der wirtschaftlichen Demokratie hingestellt wird. Insofern dieser Einwand bloss dazu dient, dem Kirchturmspatriotismus gewisser Genossenschafter und ihrer Scheu vor Neuerungen einen Schein der Berechtigung zu geben, werden wir darüber auch nicht viel Worte verlieren. Wir begnügen uns, darauf hinzuweisen, dass diese Genossenschafter in der Regel nicht immer die letzten sind, den Rat und die Mithilfe anderer Genossenschafter sowie auch des Verbandes zu beanspruchen, womit sie selbst eingestehen, dass ihre Selbständigkeit auf sehr schwachen Füssen steht. Im übrigen können wir es der Macht der Verhältnisse überlassen, sie eines besseren zu belehren, wie es ihr ebenfalls überlassen bleibt, diejenigen, die sich den neuen Erfordernissen anpassen, durch raschere Erfolge zu belohnen.

Was nun den andern, den prinzipiellen Teil des Einwandes betrifft, die grössere Genossenschaft stehe im Widerspruch mit der Demokratie, so könnten wir ganz einfach antworten mit der Frage: wird das allgemeine Konsumenteninteresse besser gewahrt mit dem oben erwähnten Vorgehen, als mit der sogenannten Selbständigkeit? Die Entscheidung darüber dürfte für keinen Genossenschafter zweifelhaft sein. Wenn man dies aber schon einmal zugibt und zugeben muss, so gibt man damit auch zu, dass die Demokratie sich den wirtschaftlichen bezw. genossenschaftlichen Notwendigkeiten anpassen muss und nicht umgekehrt — insofern man überhaupt noch der Meinung ist, dass zwischen diesen beiden Prinzipien ein Widerspruch besteht oder bestehen kann, was wir durchaus bestreiten.

Dies gilt ganz besonders von den Generalversammlungen — wir meinen damit nicht das demokratische Prinzip, das denselben zugrunde liegt und das wir keineswegs antasten, sondern die Generalversammlungen, so wie sie sich in Wirklichkeit und in der weitaus grössten Anzahl der Fälle abspielen — in kleinen Vereinen sowohl wie in grossen. Jeder Genossenschafter, der darin wirklich einigermassen Erfahrung hat, wird es uns nachfühlen, wenn wir, nicht ohne einen gewissen Beigeschmack der Bitterkeit, den Abstand konstatieren, der in dieser Hinsicht zwischen Ideal und Wirklichkeit klafft. Wir könnten uns allenfalls noch damit abfinden, wenn wir nicht von allen Seiten, im Kleinen wie im Grossen, von der Macht des Kapitalismus bedrängt und bedroht wären. Die eherne Notwendigkeit jedoch, uns diesem Kampfe gewachsen zu zeigen, zwingt uns immer mehr, bei Strafe alle unsere Anstrengungen in Frage gestellt zu sehen, die oben angedeuteten technischen Fortschritte möglichst rasch durchzuführen. Da wir aber hiezu nicht warten können bis alle unsere Mitglieder diese Notwendigkeit eingesehen, da wir angesichts der Lebensinteressen, die dabei auf dem Spiele stehen, auf die Launen zufällig zusammengesetzter Generalversammlungen nicht abstellen können, müssen wir,

ob wir wollen oder nicht, Mittel und Wege finden, die uns ermöglichen, dieses Element des Zufalls tunlichst zu reduzieren ohne damit dem demokratischen Prinzip untreu zu werden.

Dieser Weg ist uns aufgezeigt in der Institution des Genossenschaftsrates, wie er sich bereits in den grossen Konsumvereinen aufgedrängt hat und über kurz oder lang immer mehr aufdrängen wird, und dies ganz besonders in den sich auf mehrere Ortschaften erstreckenden Vereinen. Es ist das eine ähnliche Entwicklung wie wir sie auf politischem Gebiet durch den Uebergang von der Landsgemeinde zu dem mit Referendum und Initiative entwickelten Repräsentativsystem haben. Ist man deshalb vom Prinzip der Demokratie abgewichen? Könnte man nicht viel eher behaupten, und mit mehr Recht, dass dadurch die Demokratie weit besser gefahren ist, als mit dem System der Landsgemeinden?

Wären die Generalversammlungen wirklich ein Hort der Demokratie, so könnte man den Einwand allenfalls noch gelten lassen. Aber gestehen wir's uns doch offen ein: wer weiss denn, wer kann denn mit Besimmtheit sagen, welches in diesem oder jenem Falle eigentlich die Meinung der Mehrzahl der Mitglieder überhaupt ist oder war? Und dann, wer garantiert uns denn, dass selbst in Fällen, wo es einmal gelingt die Gesamtheit der Miglieder auf die Beine zu bringen, die Beschlüsse dadurch an Sachkenntnis gewinnen? Ist es nicht viel eher der Wahrheit entsprechend, zu sagen, die Generalversammlung beschliesst, wie und was ihr jeweilig von gewissen Personen suggeriert wird. Und wenn einmal die richtige Mehrheit gegen den Vorstand oder gewisse Minoritäten etwas beschliesst, sind nicht mehr Chancen vorhanden, dass dabei die zukünftigen Interessen denen der Gegenwart geopfert werden, als umgekehrt (in Form höherer Rückvergütungen zum Beispiel)?

«Wer etwa behaupten wollte, schreibt sehr treffend unser Gewährsmann, dass in den kleinen Vereinen das Genossenschaftsleben am weitesten entwickelt sei, der kennt sie nicht, oder er müsste stark heucheln. Sicherlich ist zunächst in diesen kleinen Gebilden ein grosses Interesse der Mitglieder für die Konsumgenossenschaft vorhanden, und besonders in den Anfängen werden sie mit Eifer die Generalversammlungen besuchen. Genossenschaftsinteresse wird aber auf die Dauer sich nur dort wirklich entwickeln und fortpflanzen, wo auch genossenschaftliches Leben pulsiert und wo die Interessen des Einzelnen vielseitig genug im Spiele sind, um dasselbe immer wach zu halten. Davon kann aber in kleinen Vereinen kaum die Rede sein, da die Entwicklung oft schon in wenigen Jahren jene Grenze erreicht, die einer Genossenschaft in dem Bereich ihrer Tätigkeit gesteckt sein kann. Die Berichte und Begebenheiten werden sich von Jahr zu Jahr immer mehr ähneln; die Sache wird, insofern alles regelmässig vonstatten geht, immer eintöniger und die Folge davon ist, dass das Interesse der Mitglieder allmählich einschläft. Wenn aber wirklich einmal ein guter Besuch zu verzeichnen ist, dann ist er in den meisten Fällen weniger dem Interesse der Genossenschaftssache zu verdanken, als vielmehr Dingen von mehr lokalem Interesse, wie persönliche Anfechtungen, schlechte Verwaltung, infolge derer vielleicht die Rückvergütungen geschmälert werden müssen. Versucht dagegen die Verwaltung, die alte Höhe der Rückvergütung zu erreichen, indem sie vielleicht an Entlohnung der Angestellten spart, oder sich gar durch geringe Abschreibungen oder Unterlassung von Reservestärkungen zu helfen sucht, wodurch der Lebensnerf der Genossenschaft unterbunden wird, so kümmert sich in der Regel die Mitgliedschaft wenig darum.

Aber auch in der grossen Konsumgenossenschaft ist die Generalversammlung durchaus keine demokratische Institution. In die Generalversammlung kommt doch keineswegs die Gesamtheit der Mitglieder. Die Zusammensetzung verbürgt auch nicht eine gleichmässige Vertretung aller Mitgliedergruppen, aller Stadtteile oder Vororte. So kommt es nicht selten vor, dass zwei oder drei Zehntel der Mitglieder über die wichtigsten Fragen entscheiden. Der letzte, rückständigste und übelwollenste aller Genossen hat das Recht, durch Betonung kleinlichster Motive den Fortschritt zu hemmen. Auf die Gefahr, die darin besteht, dass eine bestimmte Gruppe von Mitgliedern durch eine unter sich ausgegebene Parole in einem gegebenen Moment eine künstliche Majorität bilden kann, die alles andere bezweckt, als die Vertretung reiner Konsumenteninteressen, wollen wir bloss kurz hindeuten.....»

Die Einführung des Genossenschaftsrats sichert aber nicht nur eine gleichmässigere Vertretung der Gesamtheit der Mitglieder und ein rascheres zielbewusstes Handeln, sondern er macht auch eher Kräfte frei zum Zwecke einer nachhaltigeren Förderung der genossenschaftlichen Propaganda und Erziehungsarbeit. Wie oft hört man die Klage, dass die Vorstandsmitglieder und die sich für die Genossenschaft interessierenden Personen zu sehr in Anspruch genommen seien durch die verschiedenen Kommissionen, Sitzungen und sonstigen Arbeiten, die ihnen keine Zeit mehr lassen, weder die genossenschaftlichen Organe zu lesen, noch die eigenen Lücken ihrer genossenschaftlichen Bildung auszufüllen, noch überhaupt sich auf dem Laufenden zu halten mit den allgemeinen einschlägigen volkswirtschaftlichen Fragen. Auch hier könnte die durch obige Reformen ermöglichte rationellere Arbeitsteilung Remedur schaffen. Die erstaunlich rasche Entwicklung der Hamburger «Produktion» ist nicht zuletzt dem Umstande zuzuschreiben, dass diese Genossenschaft in ihren über das ganze Wirtschaftsgebiet verteilten Distriktkomitees ein Regiment von 2500 Personen zur Verfügung hat, wenn es gilt die Interessen der Genossenschaft nach innen und aussen zu wahren, neue Mitglieder zu gewinnen und die alten genossenschaftlich zu erziehen. Dies ist aber nur möglich oder vielmehr umso leichter möglich als die eigentliche wirtschaftliche Arbeit ihr durch die hiezu bestimmten Organe (die aber darum nicht minder unter ihrer Kontrolle stehen) abgenommen ist.

Der grössere Konsumverein kann aber nicht nur intensiver an der genossenschaftlichen Schulung seiner Mitglieder arbeiten und, dank seiner grösseren Hilfsmittel, die genossenschaftliche Aufklärung in weitere Kreise tragen, er muss es auch, wenn er dauernd seine Stellung als wirtschaftlicher Machtfaktor behaupten und erweitern will.

Die Genossenschaft übrigens ist ein so elastisches Gebilde, dass jeder gute Wille darin seinen Platz finden kann und wenn er sieht, dass die Sache durch eine bessere Arbeitsteilung rascher vorwärts geht, als unter den alten hergebrachten Methoden, dann wird er auch mehr Mut und Freude haben zu weiterer Tätigkeit! *mt.*

Die Logik des „Spezereihandel"!

Zu dem auch von uns glossierten Referat des Herrn K. Wunderli über das «Tätigkeitsgebiet der landwirtschaftlichen Genossenschaften» schreibt der «Spezereihandel» unter anderem sehr richtig: «Für die Bauern und vorab die Kleinbauern ist entschieden die genossenschaftliche Beschaffung der Futtermittel, der Düngemittel, landwirtschaftlicher Maschinen etc., sowie die genossenschaftliche Verwertung der landwirtschaftlichen Produkte vorteilhaft, nach unserer Ansicht sogar je länger je notwendiger.»

Warum ist diese Tätigkeit notwendig? Eben deshalb, weil unnötige Zwischenglieder ausgeschaltet

werden und Produzent und Konsument, so wie das ökonomische Prinzip es verlangt, miteinander in direkte Verbindung gebracht werden.

Die Konsumvereine stehen aber auf genau demselben Boden, folglich muss auch ihr Wirken den Beifall des «Spezereihandel» finden.

Diese gewiss berechtigte Annahme trifft nun aber merkwürdigerweise durchaus nicht zu. Sobald wir in der oben erwähnten Besprechung einen Satz weiterlesen, vernehmen wir folgendes: «Der Missbrauch der genossenschaftlichen Organisation aber wird und muss sich rächen, und ein Missbrauch ist die Einbeziehung des Konsumgeschäfts.»

Also: die genossenschaftliche Vermittlung von Viehfutter ist ein Segen; der genossenschaftliche Bezug von Nahrungs- und Bedarfsartikeln für den Menschen dagegen Unsegen, Missbrauch der genossenschaftlichen Organisation!

Ja, ja, die Logik des «Spezereihandel»!

Zur Würdigung des Genossenschaftswesens in der Arbeiterpresse.

Während die Arbeiterpresse in Deutschland, worunter insbesondere die Organe der grossen gewerkschaftlichen Zentralverbände, dem Konsumgenossenschaftswesen immer mehr Verständnis entgegenbringen, liess diese unvoreingenommene Haltung bei uns in der Schweiz, von etlichen Ausnahmen abgesehen, noch vielfach zu wünschen übrig.

Glücklicherweise scheint nun hierin eine Wendung zum bessern eintreten zu wollen. Bekanntlich waren es die Arbeitsbedingungen in den Genossenschaften, die bisher den Stein des Anstosses bildeten. Ist erst einmal dieses Missverständnis beseitigt, dann ist schon viel gewonnen. Dass dies bei einigem Mut und sachlichem Verständnis unschwer zu erreichen ist, dafür liefert uns ein im «Volksrecht» vom 19. Februar 1913 erschienener Artikel einen ebenso treffenden als erfreulichen Beweis. Anlass hiezu gab dem «Volksrecht» eine im «Neuen Winterthurer Tagblatt» erschienene Einsendung, in der der Einsender (ohne Zweifel ein Grossindustrieller) hämisch fragt, was wohl die Genossenschaften jenen «Millionenaufwendungen» der Unternehmerwohltätigkeit gegenüberzustellen hätten? Als Trumpf gegen die Genossenschaften «als Arbeitgeber» wird dann eine der deutschen Unternehmerpresse entnommene Information ausgespielt, nach welcher die in der Seifenfabrik der deutschen Grosseinkaufsgenossenschaft beschäftigten Arbeiter in den Ausstand treten mussten, um eine weitere Teuerungszulage zu erhalten. «Da ihnen aber seitens des sozialdemokratischen Fabrikarbeiterverbandes jede Streikunterstützung verweigert und die Solidarität der andern sozialdemokratischen Gewerkschaften versagt wurde, mussten die streikenden Arbeiter, ohne etwas erreicht zu haben, wieder in den Betrieb hineingehen. Sie waren um eine Erfahrung reicher geworden: bei sozialdemokratischen Arbeitgebern darf nicht gestreikt werden, wenn auch von dem bisher bezahlten Lohn abgezogen wird.»

Hiezu bemerkt nun das «Volksrecht» ganz mit Recht: «Wir haben es in dem genannten Genossenschaftsbetrieb gar nicht mit einem sozialdemokratischen Unternehmen, sondern mit einem Betrieb des Verbandes deutscher Konsumgenossenschaften zu tun. Das nebenbei richtig gestellt. Hat sich nun der Unternehmerschmock, der die Notiz verbrochen, gar keine Gedanken darüber gemacht, dass die Fachorganisation der Angestellten und die gesamten Gewerkschaften es ablehnten, die Streikenden zu unterstützen? Sollte nicht doch in der Streikbegründung ein Häkchen gewesen sein? So war es nämlich tatsächlich[1]) und die Arbeiterorganisationen stellten sich auf den richtigen Standpunkt, *dass die Genossenschaftsbewegung, durch das von ihr verkörperte Prinzip dazu berufen, die Gesamtarbeiterschaft in ihrem Kampfe um eine bessere Existenz wirksam zu unterstützen, nicht einiger weniger kurzsichtiger und egoistischer Arbeiter zulieb in ihrem Vormarsche aufgehalten werden dürfe. Vorbildliche Arbeitsbedingungen zu schaffen, wird jeder Genossenschaft Bestreben und Stolz sein, aber zu entscheiden, wie weit sie über die im speziellen Berufe noch allgemein geltenden Bestimmungen hinauszugehen habe, kann nur ihre eigene Sache, nicht Recht einer Gruppe von Angestellten sein.*» (Von uns hervorgehoben, die Red. des S. K. V.)

. . . Die Sorge um günstige Arbeitsbedingungen in den Genossenschaften entspringt auf Seiten der Genossenschaftsfeinde nicht etwa einem warmen Herzen für die Arbeiter, sondern dem verständlichen Wunsche, zur Hinderung des Aufstieges der Arbeiterklasse den Genossenschaften *das Leben so sauer als möglich zu machen.* Erfreulicherweise wird das auch in Gewerkschaftskreisen je länger, desto besser erkannt, und immer weniger denken die Gewerkschaftsleiter daran, unter beifälligem Kopfnicken der Arbeiterfeinde von der Genossenschaft die Erfüllung von Wünschen zu verlangen, die bei Privatunternehmern im Augenblicke vielleicht nicht einmal zur Hälfte durchgesetzt werden konnten.»

Wir registrieren mit Genugtuung die angenommene Haltung des «Volksrecht» in dieser Angelegenheit und können nur wünschen, dass sich die übrigen Arbeiterblätter und ganz besonders die gewerkschaftlichen Organe auch tatsächlich diesen Standpunkt zu eigen machen. Hat einmal dieses Verständnis Platz gegriffen, dann wird es auch eher möglich sein, betreffs Regelung der Arbeitsbedingungen in den Genossenschaftsbetrieben zu einem gütlichen Einvernehmen zu gelangen.

[1]) Soviel wir wissen, bestand tatsächlich ein Tarifvertrag, in dem jedoch die Teuerungszulagen nicht vorgesehen waren. Wenn die Grosseinkaufsgesellschaft welche gewährte, so tat sie das aus freien Stücken. Jedenfalls war sie und konnte sie dazu nicht verpflichtet werden. Ohne Zweifel hätte sie sich auch herbeigelassen, weitere Zulagen zu gewähren, wenn die Konkurrenzunternehmungen dasselbe getan hätten. Dies war jedoch nicht der Fall. Demzufolge war der Ausstand der Arbeiter unberechtigt. Das wurde denn auch von den Gewerkschaften anerkannt; hätten sie anders gehandelt, so hätten sie sich damit selbst geschadet insofern sie sich damit überhaupt jeder Vertragsfähigkeit begeben hätten. Denn ein Vertrag der willkürlich von einem der Vertragschliessenden gebrochen werden kann, ist kein Vertrag mehr sondern wird für den Teil, der ihn gewissenhaft und eventuell mit Einsetzung von Opfern halten wollte (oder eventuell dafür zivilrechtlich belangt werden könnte, während dies beim andern Teil nicht der Fall ist) einfach zur Prellerei. Es trifft dies umsomehr zu, als es sich hier nicht mehr — wie im Klassenkampf — um ein Machtverhältnis handelt, sondern um einen zwischen frei beschliessenden Vereinigungen von Personen (im Gegensatz zu dem über dem Privatunternehmer stehenden Kapitalinteresse) eingegangenen Vertrag, bei dem überhaupt nur auf die gegenseitige «bona fides», d. h. auf die moralische Garantie abgestellt werden kann. Falliert diese Garantie, so fällt damit nicht nur die ganze gewerkschaftliche Moral in sich zusammen, sondern mit ihr überhaupt jede Möglichkeit, die sozialen Beziehungen auf der Basis der Gerechtigkeit zu regeln. Insofern ist also obige Antwort des «Volksrecht» vom Standpunkt des neuen werdenden Rechts ebenso tief empfunden als faktisch zutreffend.

Der Eierhandel*)

von David Weidenfeld.

(Nach einem Referat des Verfassers im Handelswissenschaftlichen Seminar der Universität Zürich (W.-S. 1911/1912).

Einleitung.

Seit etwa 25 Jahren hat sich der lokale Eierhandel zum Welt-Eierhandel herausgebildet. Durch den gewaltigen wirtschaftlichen Aufschwung der letzten Jahrzehnte wuchsen die Städte rapid an, so dass die Verproviantierung mit Eiern, Butter etc. durch die benachbarten Landgemeinden nicht mehr genügen konnte. Anderseits entwickelte sich der Bahn- und Schiffsverkehr zu einer solchen Vollkommenheit, dass es möglich geworden ist, in ganz kurzer Zeit Westeuropa mit Eiern aus dem äussersten Osten Russlands, Oesterreich-Ungarns, Rumäniens und dem Balkan zu versorgen.

Der agrarische Osten verproviantiert den industriellen Westen mit Eiern. In der jüngsten Zeit nehmen auch Marokko und Aegypten am Export teil, jedoch nur in so geringen Massen, dass sie als Konkurrenz für den europäischen Osten noch nicht fühlbar werden. Aber auch in der Qualität stehen sie dem europäischen Osten bei weitem nach, namentlich Aegypten mit seiner sehr kleinen Ware. Damit der Eierhandel sich zu einem regelrechten Welthandel entwickeln konnte, mussten sich gewisse internationale Usanzen ausbilden, und zwar einerseits in der Verpackung und anderseits im Handel selbst. In der Tat ist bereits die Verpackung eine internationale geworden. Aber auch in handelstechnischer Beziehung begegnen wir gewissen internationalen Usanzen, auf welche später noch zurückzukommen sein wird.

Die Technik des Eierhandels.

a) Die Verpackung.

Das Ei hat bekanntlich eine leicht zerbrechliche Schale, wodurch der Transport über weite Strecken oft sehr erschwert wird. Schon früher halfen sich die Bauern damit, dass sie die Eier in Körben, Fässern oder gar Wagen-Körben (ähnlich dem russischen Wagen) in Stroh oder Häckerling (klein geschnittenem Stroh) verpackt, auf den Markt brachten. Diese Art von Verpackung war mit grossem Schaden für Händler und Bauern verbunden. Im übrigen eignete sich diese Art der Verpackung auch sonst nicht für den Grosshandel, da die Eier beim Kauf und Verkauf einzeln gezählt werden mussten, was natürlich sehr leicht zu grossen Irrtümern und Missverständnissen führen konnte. Abgesehen davon, wäre das Zählen heute bei grossen Mengen technisch fast unmöglich; dieser Prozess würde zudem hohe Kosten und grosse Manki verursachen.

Es hat sich daher im Laufe der Jahre eine eigenartige Verpackung herausgebildet, welche nicht nur den Export ermöglichte, sondern überall auf der ganzen Welt, wo der Eierhandel betrieben wird, zur Anwendung kommt.

Die Eier werden heute in Kisten zu 24 Schock (je 60 Stück) oder 1440 Stück verpackt. Die Kisten sind lang, schmal und flach. Die Länge misst etwa — je nach der Grösse der Eier — 175—180 cm. Die Breite ist etwa ein Drittel der Länge und die Höhe etwa die Hälfte der Breite. In der Mitte ist der Hohlraum der Kiste geteilt, damit sie eventuell verpackt, in zwei Teile gesägt werden kann. Eine Kiste besteht somit aus zwei Hälften zu je 12 Schock oder 720 Stück. Die halbe Kiste hat vier aufeinanderliegende Lagen mit je drei Schock oder 180 Stück und jede Lage hat 10 Parallelreihen zu 18 Stück oder 3 Wurf.

Der gewandte Eierpacker geht beim auffüllen der Kiste so vor, indem er je drei Stück in eine Hand nimmt und sie durch Uebung mühelos direkt in der Kiste aneinanderreiht. Um eine Lage zu komplettieren muss er 30 mal je 6 Stück Eier plazieren. Die Erfahrung lehrt, dass der geübte Arbeiter nicht mehr als drei Eier zum verpacken in eine Hand nehmen kann.

Die einzelnen Lagen werden gleichmässig mit Holzwolle oder Stroh ausgebettet, und zwar wird zuerst eine Schicht Holzwolle gelegt; darauf kommt eine Lage Eier usw. und auf die vierte Lage Eier wird noch eine fünfte Schicht Holzwolle gelegt, so dass wir in beiden Kistenhälften je vier Lagen Eier und fünf Schichten Holzwolle finden. Zur richtigen Kontrolle empfiehlt es sich, die verpackten Kisten zu wägen und zu numerieren. Weil das Gewicht einer normal verpackten Kiste Eier ungefähr bekannt ist, so ersieht man sofort, ob nicht irrtümlicherweise eine Lage Eier zu viel oder zu wenig eingepackt wurde.

Beim Verpacken einer Kiste sind gewöhnlich zwei Arbeiter, sogenannte Packer beschäftigt, jeder an einer Kistenhälfte. Gut geübte Arbeiter verpacken eine Kiste in etwa 20—25 Minuten.

b) Sortierung nach der Grösse.

Die Eier kommen auf den Einkaufsmarkt vom Bauer oder vom kleinen Zwischenhändler «original», d. h. unsortiert sowohl nach Grösse als auch nach Qualität, so dass die Sortierung dem Exporteur anheimfällt.

Für diese Sortierung haben sich auch gewisse Usancen eingebürgert. Man kennt eine «englische» und eine «deutsche» Verpackung. Bei der englischen Verpackung unterscheidet man «Grosse» oder sogenannte «Kronen-Eier», «Mittlere»-, «Kleine»- und «Schmutz»-Eier. Die «Grossen» sollen etwa 65 bis 70%, die «Mittleren» etwa 30% der Ladung ausmachen; ausserdem sollen für jede Doppelladung je zwei Kisten «Kleine» und «Schmutz» aussortiert werden. Letztere sind die sehr stark beschmutzten Eier, welche extra ausgewählt und verpackt werden müssen. In jüngster Zeit werden sie vor dem Export gewaschen. An den Kopfenden der Kisten für die «Grossen» wird die Signatur mit blauer Farbe angebracht, für die «Mittleren» mit roter und für die «Kleinen» mit schwarzer Farbe. Man spricht daher im Handel von «Blauen» und «Roten» Eiern usw.

Bei der deutschen Verpackung werden nur «Kleine» und «Schmutz» aussortiert, allerdings 5—8 Kisten «Kleine» bei einem Waggon von 110 Kisten.

Beim Abschluss eines Geschäftes soll der Käufer genau angeben, ob «englische» oder «deutsche» Packung verlangt wird. Bei der englischen Verpackung nämlich entstehen dem Lieferanten durch die strengere Sortierung und sorgfältigere Verpackung grössere Kosten und er kann oft bei nicht vorhergehender Vereinbarung auf deutscher Verpackung beharren.

Wir unterscheiden aber auch noch eine «Winter»- und eine «Sommer»-Packung. Bei letzterer müssen die Kisten derart konstruiert sein, dass bei den Decken und Seiten, zwischen den einzelnen Brettern

*) Anmerkung der Redaktion: Die Arbeit, mit deren Abdruck wir in dieser Nummer beginnen, wurde uns zur Verfügung gestellt, und ergreifen wir gern die Gelegenheit, einmal aus der geschäftlichen Praxis eine Studie zu publizieren. Wir glaubten damit im Interesse der weiteren praktischen Ausbildung des Verwaltungspersonals unserer Vereine zu handeln.

Abstände von 1—2 cm entstehen, damit Luft durchströmen kann. Bei den Winterkisten müssen die Bretter sowohl an den Decken, als auch an den Seiten hart aneinander gerückt werden und das Innere der Kiste mit Papier belegt sein. Diese Massregel ist unbedingt erforderlich, damit die Eier nicht während des Transportes bei Frostwetter gefrieren und wertlos werden. Auch im Innern der Waggons müssen sämtliche Wände und hauptsächlich die Türen mit Stroh belegt werden. Die Vernachlässigung dieser durch die Erfahrung gebotenen Vorschriften kann zu grossem Schaden führen.

Um Streitigkeiten zu verhüten, soll der Käufer bei jedem Abschluss eines Geschäftes ausdrücklich angeben, ob er Winterpackung wünscht, da auch diese dem Lieferanten grössere Kosten verursacht und im Zweifel der Lieferant öfters versuchen wird, die teurere Winterpackung zu umgehen.

c) Sortierung der Eier nach Qualität.

In der Hauptsaison, und zwar ungefähr vom Monat Juni bis Mitte Januar, haben wir auch eine Sortierung nach der Qualität zu beachten.

Die Eier können bei einer Temperatur von 0—8° C. längere Zeit aufbewahrt werden, ohne dass sie Schaden an der Qualität nehmen, d. h. mit andern Worten ohne zu verderben. Dagegen werden sie im Sommer bereits nach einer Lagerung von bloss einigen Wochen mehr oder weniger verdorben, je nach der Art der Lagerung. Nach dieser Richtung hin wurden Untersuchungen angestellt und es ist dabei gefunden worden, dass die Eierschale porös und namentlich für Mikroorganismen, die bei höherer Temperatur fäulniserregend wirken, durchlässig ist. Die Fäulniserreger dringen in das Ei ein und üben eine zersetzende Wirkung sowohl auf das Eiweiss als auch auf das Eigelb aus.

Vom wenig angegriffenen bis zum ganz faulen Ei haben wir eine ganze Reihe von Stadien zu unterscheiden.

Im Handel unterscheidet man erstens «voll frische» oder «Trinkeier», in Wien «Tee-Eier» genannt. Diese kommen im Handel nur in ganz geringen Mengen vor. Im Herbst z. B. sind sie oft überhaupt nicht zu haben, da sie schon in der kurzen Zeit während des Transportes ein wenig abtrocknen und alsdann nicht mehr als «voll frische» betrachtet werden können.

Als zweite Sorte werden alle übrigen Eier, ob sie nun zum essen oder zum kochen und backen verlangt werden, gehandelt. Zu dieser Gruppe zählt die grösste Mehrzahl der gehandelten Eier. Alle anderen fallen unter den Begriff der Ausschussware.

Wir unterscheiden drei Ausschussorten:

1. «Die ganz Faulen». Das sind diejenigen Eier, bei welchen im Innern des Eies der Fäulnisprozess dermassen fortgeschritten ist, dass sich bereits Schwefelwasserstoff gebildet hat. Diese sind ganz und gar unbrauchbar.

2. «Fleckeier». Diese haben im Innern der Schale, an irgendeiner Stelle, einen schwarzen schimmeligen Flecken. Derselbe entsteht durch zu langes Lagern, wodurch das Eigelb sich senkt und dem Fäulnisprozess entgegengeht, oder aber durch Lagerung in feuchter Holzwolle. Wiederum entwickeln sich an einzelnen Berührungsstellen Fäulniserreger, die an den betreffenden Stellen den Fäulnisprozess erzeugen.

Die «Fleckeier» sind für den Transport unbrauchbar, da die Wahrscheinlichkeit besteht, dass sie während des Transportes den ganzen Fäulnisprozess durchmachen würden. Deshalb werden sie schon vor dem Export den Bäckern zu einem ganz billigen Preise abgegeben.

Wenn beobachtet wird, dass auch die Exportware vor «Faulen» und «Fleckeiern» nicht gänzlich verschont bleibt, so ist zu vermuten, dass die exportierte Ware entweder bereits in schlechtem Zustand oder aber in schlechter Verpackung verladen worden ist.

3. «Schwämmer» und «Knickeier». Letztere sind eine leicht eingebrochene Ware. Sie können daher infolge ihres nicht mehr festen Zustandes nicht verpackt werden und müssen im Exportorte verkauft werden, wie die Schwämmer. Das sind abgetrocknete und im Innern von der Schale losgelöste Eier. Die Schwämmer sind zum kochen und backen noch recht gut, dagegen nicht mehr zu Eierspeisen zu verwenden. Lange Lagerung macht Eier zu Schwämmern, womit sie nahe zu die Grenze erreicht haben, wo der Fäulnisprozess beginnt.

Es sind nur die wichtigsten Typen, die wir bis jetzt behandelt haben. Doch gibt es noch sehr viele Zwischenstufen, bei welchen man weder von alten, noch von frischen Eiern reden kann. Der Verkäufer, der ein grosses Interesse an einem nicht zu grossen Abzug hat, wird bei der Uebergabe zum Export viele angezweifelte Ware noch als gute und transportfähige behandelt wissen wollen. Der Käufer dagegen, der nur tadellose frische Sendungen verlangt, wird sich auf einen andern Boden stellen. Und in der Tat können selbst Arbeiter, die sich fortwährend mit der Aussortierung befassen, niemals die genaue Grenze zwischen transportfähig und nicht transportfähig angeben. In diesem Falle kommt es häufig auf die Konjunktur und die Preise an. Bei guter Konjunktur, d. h. wenn zwischen dem Abschluss des Kaufes und der Uebernahme der Ware eine Preissteigerung eingetreten ist, wird manches Ei als gut akzeptiert, das im andern Falle als unbedingt schlecht ausgeschieden worden wäre.

Die Technik des Aussortierens nach Qualitäten geschieht in folgender Weise: In einem Dunkelraum wird auf einem von 2 Seiten frei zugänglichen Arbeitstische eine Petrollampe (Rundbrenner) oder eine elektrische Birne aufgestellt. Derselben wird eine lange schmale Blechröhre aufgesetzt mit zwei gegenüberliegenden runden Oeffnungen im Durchmesser von etwa 3—4 cm. An jedem Tischende steht ein Arbeiter, sogen. Leuchter, welcher Ei für Ei, mit Hilfe der durch die Röhrenöffnungen sich hindurchdrängenden Lichtscheine, «durchleuchtet». Diese Leuchter haben in der Regel eine solche Fertigkeit, dass sie im selben Zeitraume wie die Packer, also in 20—25 Minuten eine Kiste von 1440 Stück durchleuchten und sortieren.

(Fortsetzung folgt.)

Aus der Praxis

Betreffend Lastautomobile gehen uns folgende Fragen zu, die wir zur Beantwortung empfehlen:

1. bewähren sich Lastautos zur Bedienung von Konsumfilialen?
2. bewähren sich Lastautos für Sommer- und Winterbetrieb?
3. welche Marke ist vorzuziehen und was mag ein Auto von 4—5000 Kilo Nutzlast kosten?

Antwort betreffend Automobile. In den Jahrgängen des «Schweiz. Konsumverein» 1908 (S. 408,

424) und 1909 (Seite 44 und 53) befinden sich diesbezügliche Abhandlungen. Da seither die Automobilindustrie grosse technische Fortschritte gemacht hat und mehrere Verbandsvereine zur Anschaffung von Automobilen übergegangen sind, so wäre es wünschenswert, wenn diese sich aussprechen würden.

Landwirtschaftl. Genossenschaftswesen

Ein ausserordentlicher Verbandstag des V.o.l.G. fand Samstag den 1. Februar in Winterthur statt. Den Hauptgegenstand dieser Tagung bildete die Beschlussfassung über Ankauf des dem Verbandsgebäude gegenüber liegenden Areals und Gebäudes der (eingegangenen) Giesserei Meier & Cie. und Einrichtung desselben zu einer Reparaturwerkstätte für landwirtschaftliche Maschinen. Bevor jedoch dieser Gegenstand zur Behandlung kam, musste erst eine Motion Muri erledigt werden, die verlangte, der Verband solle in Aarau oder Brugg eine Zweigniederlassung errichten. Die Verbandsleitung war jedoch der Ansicht, dass eine solche noch nicht rentiere. Wenn einmal der Absatz in dieser Gegend sich verdoppelt habe, d. h. wenn derselbe einmal 250—300 kombinierte Wagenladungen Futtermittel erreicht haben werde, könne man eher daran denken. Um den aargauischen Genossenschaften nun dennoch entgegenzukommen, sei der Verband indessen bereit, inskünftig $^2/_3$ der Fracht auf kombinierte Wagen Futtermehl von 200 Zentner und mehr ab Winterthur auf sich zu nehmen, anstatt wie bisher die Hälfte. Da die Antragsteller sich damit einverstanden erklärten, war dieser Punkt erledigt. Für Ankauf obengenannter Liegenschaft referierte sodann Herr Geschäftsführer Schrämli. Zu gewissen Jahreszeiten gäbe es so viel Reparaturen, dass die bisherigen Räumlichkeiten nicht mehr ausreichen; dieselben werden überdies von andern Geschäftszweigen benötigt; zudem sei der Kaufpreis angesichts der günstigen Lage nicht zu hoch — sei der Quadratmeter doch noch um 4 Fr. billiger als das Land wo jetzt das Verbandsgebäude steht, vor 15 Jahren gekostet hat. Der Antrag wurde denn auch ohne Opposition mit 241 Stimmen (von 249 anwesenden Delegierten) genehmigt, inklusive 100,000 Fr. Baukredit für Umbau. Damit war die Tagesordnung erschöpft.

Bewegung des Auslandes

Deutschland.

Friedrich Wilhelm Raiffeisen. Am 11. März d. J. waren es 25 Jahre, dass Friedrich Wilhelm Raiffeisen, der Schöpfer und Förderer der Darlehenskassen, die im ländlichen Genossenschaftswesen Deutschlands heute eine so grosse Rolle spielen, gestorben. Das «Landwirtschaftliche Genossenschaftsblatt», Neuwied, Hauptorgan der Raiffeisen-Organisationen, widmete die neueste Nummer vom 11. März ausschliesslich der Erinnerung an den Meister und seine Schöpfungen.

Ueber das Leben und Wirken F. W. Raiffeisens wurde seinerzeit im «Schweiz. Konsum-Verein», 1906, S. 2 ff., eine eingehende Studie veröffentlicht, auf die wir gerne an dieser Stelle verweisen möchten.

Frankreich.

Statistik des Konsumvereinswesens. Im November- und Dezemberheft des «Bulletin de l'office du travail» vom letzten Jahre veröffentlicht das französische Arbeitsministerium die Resultate seiner letzten statistischen Enquete über die Konsumvereine, die es mit Hilfe der Präfekten auf den 1. Januar 1912 veranstaltet hat. Die Methoden und Grundsätze, nach denen bei der Aufnahme der Statistik verfahren wurde, sind dieselben geblieben wie in früheren Jahren. Demzufolge berücksichtigt die Statistik nur die reinen auf dem Prinzip der Selbsthilfe und Freiwilligkeit beruhenden Konsumentengenossenschaften, lässt dagegen die Militärkonsumvereine, die Bezugsgenossenschaften in Gewerbe und Landwirtschaft, die Genossenschaftsapotheken, die Konsumanstalten in Fabrikbetrieben und die Rabattmarkengesellschaften ausser Betracht.

Nach genannter Erhebung wurden auf 1. Januar 1912 3051 Konsumgenossenschaften ermittelt, gegen 2811 im Vorjahre. Es wäre demnach zu vermuten, dass der Gesamtzuwachs 240 Genossenschaften betragen hätte. Tatsächlich wurden aber nur 238 Genossenschaften während des Jahres 1911 gegründet, während 90 Genossenschaften aufgelöst wurden. Der reine Zuwachs beträgt demnach nur 148 Genossenschaften. Hieraus ergibt sich, dass bei der Zählung auf 1. Januar 1911 92 Vereine noch nicht ermittelt waren. Auf der Tabelle, die die Verteilung der Konsumvereine auf die verschiedenen Departements vorführt, geht hervor, dass sich die grösste Anzahl im Departement du Nord befindet Es bestehen dort 294 Vereine mit 187,650 Mitgliedern und über 55 Millionen Franken Umsatz. An zweiter Stelle steht das Departement Charente inf. mit 203 Konsumvereinen, die 32,388 Mitglieder und nahezu 7 Millionen Franken Umsatz aufweisen. Zwischen 100 und 200 Konsumvereine besitzen die Departements Pas de Calais (129), Gironde (123), Sèvres (117), Seine (109), Vosges (109) und Ardennes (102). Die übrigen Departements weisen weniger als 100 Konsumgenossenschaften auf. In der französischen Kolonie Algier bestanden 10 Konsumvereine, die in der Statistik mit aufgenommen wurden.

Das Arbeitsministerium unterscheidet in seinen Erhebungen zwischen gewöhnlichen Konsumvereinen, die Lebensmittel und Haushaltungsgegenstände im Grossen einkaufen, respektive in eigenen Betrieben herstellen oder für den Verbrauch herrichten lassen und zwischen solchen, die einen speziellen Zweck verfolgen, d. h. sich auf den Betrieb einer Bäckerei, Schlächterei, Restauration etc., beschränken. Folgende Tabelle gibt über die Gliederung der Konsumgenossenschaften nähere Auskunft.

	1910	1911	Zunahme resp. Abnahme
Gewöhnliche Konsumvereine	1477	1605	+128
Bäckereigenossenschaften	1077	1184	+107
Brauereigenossenschaften	115	118	+ 3
Schlächtereigenossensch.	39	43	+ 4
Weinkonsumvereine	50	52	+ 2
Restaurationsgenossenschaften	20	17	— 3
Kohlenkonsumvereine	33	32	— 1
Total	2811	3051	+240

Aus obigen Ziffern geht hervor, dass die gewöhnlichen Konsumvereine und Bäckereigenossen-

schaften eigentlich allein eine wesentliche Zunahme zu verzeichnen gehabt haben. Die Brauerei-, Schlächterei- und Weinkonsumvereine sind an Zahl nur unerheblich gewachsen, während die Kohlenbezugs- und Restaurationsgenossenschaften sich sogar vermindert haben. Von 625 Genossenschaften wird berichtet, dass sie neben Brot auch andere Lebensmittel ihren Mitgliedern vermitteln. Aus den Ermittlungen, die der Präfekt der Ardennen bei 31 dieser Vereine anstellte, geht hervor, dass der Brotkonsum ungefähr ein Drittel des Gesamtkonsums ausmachte.

Ueber die Mitgliedschaft haben wir nach den Mitteilungen des Arbeitsministeriums folgende Tabelle zusammengestellt, die Auskunft über die Stärke der verschiedenen konsumgenossenschaftlichen Organisationen gibt und zugleich den Fortschritt gegenüber den letzten Jahren erkennen lässt.

	1910	1911	Zunahme resp. Abnahme
Gewöhnliche Konsumvereine	446,675	494,447	+27,772
Bäckereigenossenschaften	237,069	261,173	+24,104
Brauereigenossenschaften	54,117	60,897	+ 6,780
Schlächtereigenossenschaften	10,238	9,456	— 782
Weinkonsumvereine	11,708	12,499	+ 791
Restaurationsgenossenschaften	5,517	4,739	— 778
Kohlenkonsumvereine	13,867	14,197	+ 330
Total	799,191	857,408	+58,217

Zu dieser Tabelle ist zunächst zu bemerken, dass von 3051 Konsumgenossenschaften 2993 über ihre Mitgliederzahl Auskunft gegeben haben und ferner, dass hierin nicht nur die eigentlichen Mitglieder, sondern auch die «adhérants», d. h. die Kunden, inbegriffen sind, die gegen Bezahlung eines kleinen Beitrages sich in den Läden der Genossenschaften approvisionieren können. Beispielsweise wird angeführt, dass die «Association amicale des officiers» in Paris bei 2250 Mitgliedern (bezw. Aktionären) 19,000 «adhérants» (!), der Konsumverein der Zivilangestellten des Staates bei 7266 Mitgliedern (bezw. Aktionären) 14,525 Kunden zähle. Man wird daher von der ermittelten Mitgliederzahl wohl 100,000 bis 200,000 in Abzug bringen müssen. Im Durchschnitt entfallen auf einen Konsumverein 286 Mitglieder und Kunden. Das Wachstum der Mitgliedschaft von 1910 auf 1911 betrug 58,217 Personen, gleich 7 %.

Das Arbeitsministerium hat ferner den Umsatz zu ermitteln versucht und es ist ihm dies auch bei 2875 Genossenschaften gelungen. Insgesamt vermittelten danach die 2875 Konsumvereine Waren im Betrag von 293,389,500 Franken oder durchschnittlich 102,048 Franken. Der grösste französische Konsumverein scheint die «Coopérative des Mineurs» in Anzin zu sein. Sie weist bei 9420 Mitgliedern einen Umsatz von 7,337,000 Franken auf. An zweiter Stelle steht die «Association des employés civils de l'Etat» mit 27,266 Mitgliedern und Kunden und Fr. 7,100,000 Umsatz. Den dritten Rang nimmt die «Union» in Limoges ein, die bei 10,770 Mitgliedern 5,373,000 Franken Umsatz hat. Insgesamt gibt es in Frankreich nur 26 Vereine mit über 1 Million Franken Umsatz. Die Verteilung des Umsatzes auf die verschiedenen konsumgenossenschaftlichen Organisationen ist aus folgender Tabelle ersichtlich:

	1910	1911	Zunahme resp. Abnahme
Gewöhnliche Konsumvereine	186,847,500	206,700,500	+19,853,000
Bäckereikonsumvereine	48,272,500	55,369,000	+ 7,096,500
Brauereikonsumvereine	18,953,000	21,817,500	+ 2,864,500
Schlächtereikonsumvereine	2,815,500	2,574,000	— 241,500
Weinkonsumvereine	2,897,500	3,724,000	+ 826,500
Restaurationsgenossenschaften	1,020,000	1,391,000	+ 371,000
Kohlenkonsumvereine	1,713,500	1,813,500	+ 100,000
Summa	262,519,500	293,389,500	30,870,000

Aus diesen Ziffern geht hervor, dass mit Ausnahme der Schlächtereikonsumvereine alle Kategorien gute Fortschritte gemacht haben; am stärksten sind relativ die Bäckereikonsumvereine (14,5 %) gewachsen, während die gewöhnlichen Konsumvereine eine Umsatzzunahme von wenig über 10 % zu verzeichnen hatten.

Das Arbeitsministerium hat auch festzustellen versucht, in welchem Masse die Nichtmitglieder an dem Umsatz beteiligt sind. In Bezug auf 2601 Genossenschaften wurde ermittelt, dass 1595 (oder 61,32 %) die Abgabe von Waren auf ihre Mitglieder beschränken und einen Umsatz von Fr. 151,283,500 hatten, dagegen verkauften 1006 Genossenschaften (oder 38,68 %) an das Publikum. Von diesen 1006 teilten 793 Genossenschaften mit, dass von ihrem Umsatz auf die Mitglieder 76,5 Millionen Franken, auf die Nichtmitglieder dagegen Fr. 15,5 Millionen (oder 20 %) entfallen. Im Durchschnitt bezog ein Mitglied resp. «adhérant» vom Verein für Fr. 356,81.

Hinsichtlich der beruflichen Zugehörigkeit der Konsumvereinsmitglieder wurde ermittelt, dass 122 Genossenschaften ausschliesslich aus Eisenbahnangestellten bestehen. Sie zählten 68,539 Mitglieder und 23 Millionen Franken Umsatz. Von den 122 Konsumvereinen der Eisenbahner beschränkten sich 33 auf den Betrieb von Bäckereien, 27 weitere Genossenschaften wurden ausschliesslich von Staatsarbeitern und Angestellten gebildet.

Wir können unsere Mitteilungen über die Enquete des Arbeitsministeriums auch diesmal nicht schließen, ohne unserem Bedauern darüber Ausdruck zu geben, dass sie uns völlig im Dunkeln lässt über die Grösse des Anteilscheinkapitals, der Reservefonds, der Betriebskosten, Ueberschüsse, Rückvergütungen, des beschäftigten Personals etc. Hoffentlich gelingt es dem neuen Konsumgenossenschaftsverbande, das Arbeitsministerium künftig zu einer Ausdehnung seiner Erhebungen zu veranlassen.

(I. G. B.)

Aus unserer Bewegung

Aargau. (K.-Korr.) Mit Genugtuung sehen wir, dass im schönen Kulturkanton, den Vater Zschokke weiland in einem prächtigen „Aargauerlied" pries, wieder zwei Konsumgenossenschaften entstanden sind. Droben in Küttigen am linken, und draussen in Klingnau am rechten Aarestrand. Wir rufen beiden ein herzlichns: „blühe und gedeihe" entgegen.

Vorletzten Sonntag hielt Herr Nationalrat Pflüger aus Zürich im benachbarten Wettingen einen Vortrag über die Lebensmittelteuerung. Als Mittel, der zunehmenden Verteuerung zu steuern, nannte der Referent in erster Linie das Genossenschaftswesen resp. die Konsumvereine. Er sprach sich lobend über den Verband und seine Wirksamkeit und erspriessliche Tätigkeit aus. Der Referent empfahl eindringlich den Eintritt der Arbeiterfamilien in die Konsumvereine. Am Dienstag darauf sprach in Baden ebenfalls über das Konsumvereinswesen Redaktor Schmid von Olten, deren Nützlichkeit in beredter Weise hervorhebend und zum Beitritt aufmunternd. Mögen die goldenen Worte der beiden Redner dies und jenseits der Limmat auf fruchtbaren Boden gefallen sein!

Laufenburg. Der Geschäftsbericht dieses Verbandsvereins zeugt wiederum von einem steten, wenn auch nicht gerade sprunghaften Fortschritt. Der Umsatz im eigenen Geschäft betrug Fr. 67,628 gegen Fr. 62,805 im Jahre 1911. Die Mitgliederliste weist einen Bestand auf von 249 inklusive der 30 im Laufe des Jahres hinzugekommenen Neuaufnahmen. Zu eben genanntem Umsatz kommen noch Fr. 29,000 im Rabattverkehr.

Oberegg (Appenzell). Der Ende Dezember 1911 gegründete Konsumverein Oberegg sendet uns seinen ersten Rechnungsbericht. Wenn man die dortigen Verhältnisse in Betracht zieht, so ist ein Umsatz von Fr. 22,215 in einem Zeitraum von zehn Monaten bei einer Mitgliederzahl von 82 gewiss ein schöner Erfolg. «Ausser Petrol, Butter, Rässkäse und Getreidewaren hatten wir fast alles ausschlesslich vom V. S. K. bezogen, was in Anbetracht der guten Dienste, die uns derselbe geleistet, nur ein Akt der Billigkeit ist» — lesen wir in dem uns vorliegenden Bericht.

Stein a. Rhein. Genossenschaftliche Propaganda. (B.-Korr.) In Befolgung der im heurigen Taschenkalender enthaltenen Ratschläge über genossenschaftliche Organisationsarbeit, hat unser Vorstand begonnen, das Gebiet in unserer unmittelbaren Umgebung im genossenschaftlichen Sinne zu bearbeiten. Nach einer Agitationsversammlung in Ramsen am 11. Januar dieses Jahres folgte eine solche in Kaltenbach, für die unser Vizepräsident, Herr Böschenstein, das Referat übernommen hatte. Wenn wir nun auch für den ersten Moment noch nicht genügend Leute zusammenbringen konnten um einen Konsumverein oder eine Filiale ins Leben zu rufen, so ist damit immerhin ein Anfang gemacht. Die Hauptsache ist uns, vor allem Aufklärung zu verbreiten und deshalb werden wir auch in diesen Veranstaltungen fortfahren und nach und nach allen Gemeinden unseres Wirtschaftsgebietes einen Besuch abstatten. Ist erst einmal der Samen ausgestreut, dann wird er selbst zur Saat aufgehen.

Zürich. (K.-Korr.) Das Reglement für die Ablagehalterinnen und Gehilfinnen des Lebensmittelvereins Zürich, das in Nr. 8 des «Schweiz. Konsum-Verein» besprochen wurde, begegnete bei dem beteiligten Personal einem unbegreiflichen Widerstand. 60 Verkäuferinnen beschlossen in einer Versammlung, das Reglement vorläufig nicht zu unterzeichnen; sie protestierten nicht mit Unrecht, dass ihnen durch die Verwaltung in einem Zirkular die Kündigung in Aussicht gestellt wurde, wenn sie das Reglement nicht unterzeichnen resp. nicht anerkennen sollten.

Gleich waren «gute Freunde» des L. V. Z. bei der Hand, die frohlockend und zum Teil mit den widersinnigsten Kommentaren versehen, die Beschlüsse in der Presse verkündeten. Sie mochten wohl in ihrer Schadenfreude hoffen, der Betrieb unserer Zürcher Konsumgenosseschaft werde von einer Stunde auf die andere stocken und damit die sozialwirtschaftlich tätige Behörde vom eigenen Personal gründlich desavuiert werden. Ihre Rechnung haben sie freilich ohne die Einsicht des beteiligten Personals gemacht.

Die Verkäuferinnen des L. V. Z. sind auf Grund falscher Auffassungen und was bemühender ist, auf Grund falscher Auskünfte von in Vertrauensstellungen sich befindenden Genossenschaftskollegen zu ihrer Schlussnahme gekommen. Das Ladenpersonal lebte der Meinung, die seitens der Verwaltung und der Betriebskommission versprochene Gutschrift von ½%, sowie das übliche Eingewicht werde ihnen mit dem Inkrafttreten des neuen Reglements genommen, also eine Massnahme zu ihrem Nachteil getroffen. An so etwas hat aber weder in der Verwaltung noch in der Genossenschaftsbehörde jemand gedacht, geschweige denn auch nur eine Andeutung in dieser Hinsicht gemacht. Gewiss ist noch die eine oder die andere der Verkäuferinnen mit dieser oder jener Neuerung nicht einverstanden, die das Reglement bringt und nicht immer sind es soziale Gesichtspunkte, die die Opposition begründen.

Waren es führende Personen des sogenannten neutralen Personalvereins, die die Versammlung der Verkäuferinnen einberufen, sie geleitet resp. verleitet haben, so blieb es dem sognannten roten Angestelltenverein vorbehalten, aus freien Stücken von schlecht informierten an das besser unterrichtete Personal zu appellieren. Vor einer von 103 Verkäuferinnen und Gehilfinnen besuchten Versammlung referierte Herr Fischer, Sekretär des Verbandes der Lebens- und Genussmittelarbeiter über die soziale und wirtschaftliche Bedeutung des neuen Reglements. Nun das Verkaufspersonal richtig aufgeklärt war, beschloss es einstimmig das Gegenteil der ersten Versammlung, die Zustimmung zum Reglement, wobei auch der Erwartung Ausdruck verliehen wurde, es möchten die bisherigen, oben angedeuteten Vergünstigungen dem Ladenpersonal auch fernerhin gewährt werden.

So endigte also die Bewegung des Ladenpersonals des L. V. Z., die im Lande herum begreiflicherweise nicht geringes Aufsehen verursacht hatte, zu allseitiger Befriedigung.

Verbandsnachrichten

Aufsichtsrat der Versicherungsanstalt. Sonntag, den 9. März d. J. war der Aufsichtsrat der V. A. vollzählig versammelt zur Erledigung einer reichhaltigen Traktandenliste; anstelle des erkrankten Herrn Kuhn war dessen Vertreter, Herr Rebold, anwesend.

Von den behandelten Geschäften seien folgende erwähnt:

1. Es wurden Austritte zur Kenntnis genommen und Austrittsgelder festgesetzt für 3 Angestellte des V. S. K., 14 Angestellte des A. C. V. Basel, 4 des Verbandsvereins in Bern, 2 von Olten, 2 von Papiermühle, 1 von Winterthur. Ferner wurde der Uebertritt eines früheren Angestellten des A. C. V. Basel, nun im Dienst des Verbandsvereins in Baden, in die Reihe der Einzelversicherten genehmigt.

2. Aufnahmen wurden folgende vollzogen: 1 Angestellter des V. S. K., 52 des A. C. V. Basel (2 mussten abgewiesen werden), 5 von Frauenfeld, 5 von Lausanne, 4 von Olten, 38 von Solothurn (1 musste abgewiesen werden), 4 von Winterthur (6 mussten abgewiesen werden).

3. Jahresbericht und Jahresrechnung, die von der Verwaltungskommission V. S. K. vorgelegt wurden, sind zur Vorlage an die Generalversammlung genehmigt worden.

4. Ein von der V. K. des V. S. K. vorgelegter, vollständig umgearbeiteter Statutenentwurf, der auch die Versicherung des Hinterlassenenrisikos vorsieht, wurde durchberaten und zur Vorlage an die Generalversammlung genehmigt.

Jahresrechnung und Jahresbericht, sowie der Statutenentwurf nebst Motiven werden den Mitgliedern der Versicherungsanstalt rechtzeitig zugestellt werden; erstere werden auch wie gewohnt dem Jahresbericht des V. S. K. angefügt werden.

5. Die Generalversammlung wurde auf den 25. Mai nach Olten, Hotel «Aarhof», einberufen und deren Traktanden festgesetzt (vgl. offizielle Publikation).

6. Das Aufnahmegesuch des Verbandsvereins in Kreuzlingen, der gemäss Beschluss der Generalversammlung vom 3. März nach Tarif II den Beitritt erklärt hat, wurde prinzipiell genehmigt.

7. Von der Mitteilung des Verbandsvereins in Lausanne, dass dessen Verwaltung von nun an auch zwei Drittel der Prämien — statt bisher die Hälfte — leiste, wurde Kenntnis genommen.

Umsatz pro Februar 1913. Der Umsatz erreichte die Höhe von

Fr. 3,113,297.75

gegenüber Fr. 2,609,635.60 im gleichen Monat des Vorjahres. Die Zunahme beträgt **Fr. 503,662.15** oder **19,30** %. Zum erstenmale wurden in einem Februarumsatz drei Millionen erreicht und überschritten.

Redaktion: Dr. Henry Faucherre.

Redaktionsschluss 13. März.

Verantwortlich für Druck und Herausgabe: **Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)** Für denselben: Dr. **Oskar Schär.**